



BRANDING COMO DIFERENCIAL INOVADOR PARA PEQUENAS EMPRESAS

BRANDING AS AN INNOVATIVE DIFFERENTIATOR FOR SMALL BUSINESSES

Eduardo Faustino dos Santos Lima¹

Anna Clara Oliveira Prado²

Joel Victor dos Santos Costa³

Em um ambiente econômico de acirrada concorrência, pequenos negócios enfrentam desafios para se estabelecer no mercado (Haddoud; Onjewu; Jones, 2019). Segundo Kotler e Armstrong (2021), esses empreendimentos competem com grandes corporações, que possuem recursos financeiros superiores. Nesse contexto, o branding surge como uma ferramenta estratégica para criar um posicionamento distinto, tornando-se vital para a sobrevivência e o crescimento de pequenos negócios. Steenkamp (2020) ressalta que, mesmo com recursos limitados, é possível desenvolver marcas poderosas por meio de abordagens criativas e bem direcionadas. Este estudo em andamento, objetiva analisar como o branding pode atuar como estratégia diferenciadora para pequenos negócios, identificando práticas acessíveis, mapeando abordagens teóricas e sistematizando conhecimentos sobre sua aplicação como ferramenta de diferenciação competitiva. Justifica-se pela escassez de pesquisas sobre branding aplicado a pequenos negócios, que o torna relevante para o avanço de estudos acadêmicos na área, quanto para o mercado. Ademais, os pequenos negócios, que representam cerca de 95% de todas as empresas brasileiras e respondem por 30% da formação do PIB (IBGE, 2023). Metodologicamente, o estudo é sustentado pela revisão bibliográfica acerca do tema, principalmente nos pensamentos de Odoom et al. (2022), Kienzler e Kowalkowski (2020) e Kotler e Armstrong (2021). Foram analisadas obras publicadas entre 2016 e 2024 nas bases da Scopus, abordando aspectos teóricos e práticos do branding em pequenos negócios. O enfoque interpretativo permitiu identificar padrões, tendências e princípios norteadores para a construção de estratégias de marca acessíveis e eficazes. Os resultados preliminares indicam que pequenos negócios que investem em branding obtêm vantagens competitivas significativas. Lin, et al. (2023) destacam que a construção de identidade de marca gera confiança e

¹ Docente e Coordenador do Grupo de Pesquisa e Inovação, Escola do Futuro de Goiás Raul Brandão de Castro - Mineiros (CETT/UFG), coordpesquisa.2@efg.org.br

² Discente Bolsista do Grupo de Pesquisa e Inovação, EFG Raul Brandão de Castro - Mineiros.

³ Discente Bolsista do Grupo de Pesquisa e Inovação, EFG Raul Brandão de Castro - Mineiros.

fidelização, elementos essenciais para negócios emergentes. Odoom et al. (2019) reforçam que o posicionamento de marca é fundamental para a adaptação em mercados competitivos, permitindo até a definição de preços premium e ampliação de margens de lucro. Além disso, sugerem que o branding transcende a criação de elementos visuais, constituindo-se como um processo estratégico integrado. Kienzler e Kowalkowski (2017) argumentam que a marca representa uma promessa de experiência distintiva, que, quando cumprida consistentemente, torna-se um patrimônio valioso. Pequenas empresas podem ampliar sua relevância não por meio de grandes investimentos publicitários, mas pela construção de narrativas autênticas e conexões emocionais com seus públicos, corroborando com Osorio et al. (2019), que enfatizam a autenticidade como principal diferencial competitivo na era da hiperconectividade. Conclui-se que o branding pode ser uma estratégia inovadora e acessível para pequenos negócios estabelecerem diferenciais competitivos sustentáveis. Estratégias eficazes não dependem necessariamente de grandes orçamentos, mas de consistência, autenticidade e alinhamento com valores relevantes para o público-alvo. Por fim, as observações apresentadas neste estudo, são introdutórias, sendo, portanto, imprescindível a reflexão contínua e a observação atenta sobre as dinâmicas de branding em pequenos negócios para compreender melhor e com a devida sensibilidade a complexidade do assunto.

Palavras-chave: Branding. Pequenos Negócios. Inovação.

Keywords: Branding. Small Businesses. Innovation.